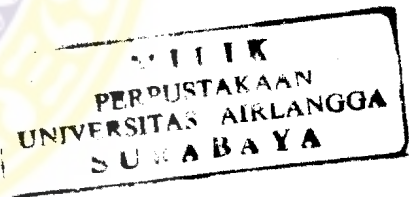


**PENGARUH HUBUNGAN INTERPERSONAL,
BIAYA PERPINDAHAN, HARGA, DAN PERLUASAN PRODUK
TERHADAP PERILAKU PERPINDAHAN PELANGGAN
PADA HOTEL NATOUR SIMPANG SURABAYA**

SKRIPSI

**DIAJUKAN UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN PERSYARATAN
DALAM MEMPEROLEH GELAR SARJANA EKONOMI
JURUSAN MANAJEMEN**



DIAJUKAN OLEH :

MAYA DIAH PURNAMASARI

No. Pokok : 049715632

**KEPADA
FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS AIRLANGGA
SURABAYA
2002**

SKRIPSI

PENGARUH HUBUNGAN INTERPERSONAL, BIAYA PERPINDAHAN, HARGA, DAN PERLUASAN PRODUK TERHADAP PERILAKU PERPINDAHAN PELANGGAN PADA HOTEL NATOUR SIMPANG SURABAYA

DIAJUKAN OLEH :
MAYA DIAH PURNAMASARI
No. Pokok : 049715632

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH

DOSEN PEMBIMBING,


Prof. V. HENKY SUPIT, S. E., Ak.

KETUA PROGRAM STUDI,


DR. H. AMIRUDDIN UMAR, S.E.

STAMP
PERPUSTAKAAN
UNIVERSITAS AIRLANGGA
SURABAYA

TANGGAL 19 Desember 2002

TANGGAL 27 Desember 2002

ABSTRAKSI

Penelitian ini meneliti Pengaruh Hubungan Interpersonal, Biaya Perpindahan, Harga, dan Perluasan Produk terhadap Perilaku Perpindahan Pelanggan pada Hotel Natour Simpang Surabaya. Pelanggan yang diteliti adalah pelanggan Hotel Natour Simpang Surabaya yang dijumpai sedang menginap di hotel saat survei dilakukan, sebelumnya pernah menginap di hotel minimal 2 kali, serta mengetahui informasi tentang jasa atau pelayanan hotel lain. Penelitian ini dilakukan mengingat pentingnya mempertahankan pangsa pasar dimana menurut Jonathan Lee and Janghyuk Lee (1999), dalam kondisi persaingan yang makin ketat, perusahaan-perusahaan mempertahankan pangsa pasarnya dengan cara menarik pelanggan baru sekaligus mempertahankan pelanggan yang sudah ada. Lebih lanjut, Wathne *et al.* (2001) menyatakan bahwa faktor-faktor yang berperan mendorong pelanggan untuk berpindah adalah harga dan perluasan produk, sedangkan faktor yang berperan menghambat perpindahan adalah hubungan interpersonal dan biaya perpindahan (Jones *et al.*, 2000).

Variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini adalah hubungan interpersonal, biaya perpindahan, harga, dan perluasan produk sedangkan variabel terganggunya adalah perilaku perpindahan pelanggan yang diturunkan dari penelitian Wathne *et al.* (2001). Model analisis yang digunakan diturunkan dari pernyataan Wathne *et al.* (2001): "... a buyer tendency to switch from an incumbent to a new supplier as a function of interpersonal relationships, switching costs, price, and product breadth". Sedangkan teknik analisis yang digunakan adalah teknik analisis regresi linier berganda dengan SPSS versi 10.0. Uji validitas menggunakan *part-whole correlation* dan uji reliabilitas menggunakan teknik *cronbach's alpha*.

Model persamaan regresi linier berganda yang diperoleh adalah:

$$Y = 0,910 - 0,143 X_1 - 0,133 X_2 + 0,468 X_3 + 0,517 X_4$$

Sesuai dengan hasil analisis, diperoleh kesimpulan bahwa variabel bebas yang digunakan memiliki pengaruh yang signifikan baik secara simultan maupun parsial. Hal ini bisa dilihat dari hasil uji F yang menunjukkan hasil yang signifikan dimana F_{hitung} sebesar 14,640 lebih besar dari F_{tabel} sebesar 2,54. Hasil uji t juga menunjukkan hasil yang signifikan dimana t_{hitung} untuk variabel bebas X_1 dan X_2 lebih kecil dari $-t_{tabel}$ sebesar - 2,00525, dan t_{hitung} variabel bebas X_3 dan X_4 lebih besar dari t_{tabel} sebesar 2,00525. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,516 berarti pengaruh variabel bebas terhadap variabel tergantung sebesar 51,6%, sedang sisanya sebesar 48,4% dipengaruhi oleh variabel lain diluar variabel bebas yang diteliti. Sedangkan nilai koefisien korelasi R sebesar 0,718 cukup tinggi yang berarti bahwa hubungan yang terjadi antara variabel bebas dengan variabel tergantung cukup erat. Persamaan regresi linier berganda yang diperoleh tidak mengandung gejala penyimpangan, sehingga model tersebut dapat digunakan sebagai indikator yang kuat dalam melakukan estimasi.